

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/125/123-130>

Amin Sadıqov
Bakı Biznes Universiteti
magistrant
<https://orcid.org/0009-0009-6516-283X>
aminsadiqov938@gmail.com

Azərbaycan turizm bazarında rəqabət imkanlarının təhlili və nəzəri-metodoloji əsasları

Xülasə

Turizm və regional inkişaf tədqiqatları əsasən turizmin regional böyüməyə necə təsir göstərdiyini və bunun balanslı və ya balanssız inkişafı nəticələnib-nəticələnmədiyini araşdırır. Tədqiqatların əksəriyyəti regional bərabərsizlikləri azaltmağa və yeni iş imkanları yaratmağa yönəlib. Turizm regional inkişafın mühüm amili kimi tanınsa da, regional inkişafı turizmin əlaqəsini aydın şəkildə izah edən möhkəm nəzəri çərçivələrin olmaması müşahidə edilir. Bu boşluq sahədə nəzəri yanaşmalarla praktik tətbiqlər arasında mövcud olan fərqlərdə açıq şəkildə görünür. Bir çox tədqiqat regional iqtisadi nəzəriyyələrə və ya istehlakçı davranışları modellərinə əsaslanarsa da, tez-tez ətraflı nəzəri çərçivələr inkişaf etdirmir və ya tapıntıları dəstəkləyən möhkəm nəzəri əsaslar təqdim etmir.

Kənd və ya inkişaf etməmiş bölgələrdə turizmin inkişafı inkişaf etmiş və inkişaf etməmiş ərazilər arasındakı iqtisadi fərqləri azaltmaq üçün bir strategiya kimi qəbul edilir. Yeni resursları cəlb etməklə, iş yerləri yaratmaqla və gəliri artırmaqla turizm müxtəlif sektorlarda regional iqtisadiyyatı inkişaf etdirə bilər. Beləliklə, turizmin inkişafı bölgələr arasında iqtisadi balanssızlıqları azaltmağa kömək edir. Lakin bu bölgələrdə sürətli turizm inkişafını gözləmək həmişə reallaşacaq bir yanaşma deyil. İnfrastruktur, məhdud investisiya, sahibkarlıq fəaliyyətinin çatışmazlığı və sektora dəstək üçün dövlət investisiyalarının olmaması kimi problemlər mühüm çətinliklər yaradır.

Bu kontekstdə kapitalın yığılması və resursların ötürülməsi bu bölgələrdə turizm inkişafına investisiya yatırılması üçün vacibdir. Bölgədə turizmin inkişafı artdıqca xarici kapital və resurslara olan ehtiyac azalır. Buna görə də milli resursları ayırarkən balanslı yanaşma tətbiq etmək davamlı inkişaf üçün vacibdir.

Açar sözlər: *turizm, rəqabət qabiliyyəti, imkanlar, tədqiqat, nəzəri-metodoloji əsaslar*

Amin Sadıqov
Baku Business University
Master's student
<https://orcid.org/0009-0009-6516-283X>
aminsadiqov938@gmail.com

Analysis of Competitive Opportunities and Theoretical and Methodological Foundations in the Azerbaijani Tourism Market

Abstract

Tourism and regional development research primarily examine how tourism contributes to regional growth and whether it leads to balanced or unbalanced development. Much of the research focuses on reducing regional inequalities and creating job opportunities. While tourism is widely recognized as an important factor in regional development, there is a lack of solid theoretical frameworks that clearly explain how regional development and tourism are interconnected. This gap is particularly evident in the divide between theoretical concepts and real-world applications in the field.

Many studies rely on regional economic theories or consumer choice models, but they often fall short of developing comprehensive theoretical frameworks or providing solid theoretical backing for their findings.

The development of tourism in rural or underdeveloped regions is seen as a strategy to reduce economic disparities between more developed and less developed areas. By attracting new resources, creating jobs, and boosting income, tourism can promote growth across various sectors of the regional economy. In this way, tourism development plays a role in diminishing economic imbalances between regions. However, expecting rapid tourism development in these areas is not always realistic. Issues such as poor infrastructure, limited investment, a lack of entrepreneurial activity, and insufficient government support for the sector present significant challenges.

In this context, capital accumulation and resource transfer are crucial for investing in tourism development in these regions. As tourism in the area grows, the need for external capital and resources decreases. Therefore, a balanced approach in allocating national resources is essential to ensure sustainable development.

Keywords: *tourism, competitiveness, opportunities, research, theoretical-methodological foundations*

Giriş

XX əsrdən bəri turizm dünyanın ən sürətlə böyüyən sahələrindən biri kimi ortaya çıxmışdır. Ümumdünya Səyahət və Turizm Şurasının məlumatına görə, 2005-ci ildə qlobal turizm sektoru təxminən 6,2 trilyon ABŞ dolları gəlir əldə etmişdir ki, bu da ümumi qlobal iqtisadi məhsulun 10,6%-ni təşkil etmişdir. Bundan əlavə, turizm sahəsində 221 milyon insan çalışırdı ki, bu da qlobal işçi qüvvəsinin 8,3%-ni təşkil edirdi. 2015-ci il üçün optimist proqnozlar turizmin qlobal məhsul və məşğulluqdakı payının müvafiq olaraq təxminən 11,3% və 8,9%-ə qədər artacağını proqnozlaşdırırdı.

Turizmin iqtisadi artımın sürətləndirilməsində oynadığı mühüm rol nəzərə alınmaqla, sektorun, xüsusən də onun rəqabət qabiliyyətinin öyrənilməsi xüsusilə vacibdir. Turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyəti həm daxili, həm də beynəlxalq baxımdan qiymətləndirilə bilər (Əhmədov, 2019, s. 23).

Tədqiqat

Daxili baxımdan rəqabətli turizm sektorunun müxtəlif sosial, mədəni və siyasi faydaları var.

Bu, nəqliyyat, otel və yaşayış yerləri, restoranlar, mədəni və istirahət tədbirləri və ticarət kimi yerli sənaye sahələrinə müsbət təsir göstərir və iqtisadiyyata bir neçə cəhətdən töhfə verir:

- Artan tələbatı ödəmək üçün əsas mənbə kimi xidmət edir;
- İqtisadiyyatın bütün səviyyələrində davamlı iş imkanları yaradır;
- Kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün biznes imkanları təklif edir;
- Maliyyə və iqtisadi faydaların müxtəlif sektorlar və regionlar arasında, xüsusən də yerli səviyyədə bölüşdürülməsinə kömək edir;
- Hökumət tərəfindən müəyyən edilmiş iqtisadi və maliyyə məqsədlərinə çatmağı dəstəkləyir;
- Dövlət və özəl sektorlar arasında daha güclü əməkdaşlığı təşviq edir.

Dünyanın bir çox ölkələrində turizm sektoru iqtisadi fəaliyyət, məşğulluq, vergi və valyuta gəlirləri baxımından vacib bir mənbə kimi qəbul edilir. Bu səbəbdən bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələr və regionlar turizmin iqtisadiyyatda artan rolunu nəzərə alaraq sektoru daxili və xarici potensial turistlər üçün daha cəlbedici etmək məqsədilə onun inkişafına əhəmiyyətli resurslar yönəldirlər.

Yuxarıda qeyd olunan xarici mühit şərtləri ölkəmizdə turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına dair tədqiqat mövzusunun əhəmiyyətini əsaslandırır. Hər bir iqtisadi inkişaf axtaran ölkə kimi, Azərbaycanın zəngin mədəni və tarixi irsi, qədim sənətkarlıq ənənələri, unikalıq təşkil edən təbii şəraiti və digər resursları mövcuddur. Bu isə turizm sektorunun rəqabət üstünlüklərini qorumaq və artırmaq, onun rəqabət qabiliyyətini öyrənmək və Azərbaycanın turizm potensialından səmərəli istifadə etmək zərurətini ortaya qoyur.

Azərbaycan Turizm Bazarı: Rəqabət İmkanları və Statistik Göstəricilər

Hazırda Azərbaycanın mövcud turizm potensialının səmərəli istifadəsi və qeyri-neft sektorunun rəqabət qabiliyyətli bir sahə olaraq formalaşması hökumət tərəfindən əsas məqsəd olaraq müəyyən edilib. Beləliklə, 2000-ci illərdən başlayaraq ölkədə qəbul edilmiş dövlət proqramları və xarici təcrübənin tətbiq edildiyi layihələr ölkənin turizm potensialının daha da effektiv istifadəsi üçün əlverişli şərait yaradıb.

Ölkədə turizm sektorunun inkişafına artan diqqət, dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi və Azərbaycana turist ziyarətlərinin sayının artması turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayının davamlı olaraq artması ilə müşayiət olunmuşdur (Əlizadə, 2020, s. 12).

Xarici turistlərin sayı (2019–2025).

<i>İl</i>	<i>Xarici turistlərin sayı (nəfər)</i>	<i>Qeydlər / Mənbə</i>
2019	3 170 000	Rəsmi statistika
2024	2 626 838	Tourism.gov.az
2025 (proqnoz)	2 300 000	Travelandtourworld.com

Müasir dövrdə xidmət sektorunun global iqtisadiyyatda xüsusi çəkisi sürətlə artmaqdadır və turizm sektoru bu sahələr arasında önə çıxır. Turizm sektoru yalnız mədəni və sosial əlaqələrin inkişafına deyil, həm də iqtisadi artımın stimullaşdırılmasına əhəmiyyətli töhfələr verir. Ənənəvi iqtisadi nəzəriyyələrdən fərqli olaraq, turizm sektoru yüksək əlavə dəyər yaratmaq və digər sahələrə spillover (yayılma) effekti formalaşdırmaq qabiliyyəti ilə seçilir. Bu xüsusiyyət vacibdir, çünki turizmdən əldə olunan gəlirlər yalnız turizm müəssisələrinə deyil, nəqliyyat, kənd təsərrüfatı, sənaye, əyləncə və ictimai işə kimi müxtəlif sahələrə də paylanır və onların inkişafını stimullaşdırır.

Turizmin yüksək əlavə dəyər yaratma qabiliyyəti sektora edilən hər bir investisiyanın digər sahələrdə çoxaldıcı təsir yaratmasından irəli gəlir. Məsələn, turizm obyektlərinin tikintisi və istismarı zamanı tələb olunan mal və xidmətlər digər sahələrin məhsullarına olan tələbatı artırır və bu da ümumi daxili məhsulun artmasına səbəb olur. Turizmin güclü spillover effekti həm regionların iqtisadi strukturunun müxtəlifləşməsinə, həm də sosial rifahın artmasına şərait yaradır. Bu baxımdan, turizm əsaslı artım hipotezi müasir iqtisadi ədəbiyyatda xüsusi bir yer tutur.

Bu hipotezə görə, turizm sektorunun inkişafı ölkənin ümumi iqtisadi artımını stimullaşdırır, ixrac potensialını artırır və valyuta axını təmin edir. Bir çox ölkədə, xüsusilə inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlardakı turizm ixracın mühüm bir tərkib hissəsi olaraq ödənişlər balansını sabitləşdirir və makroiqtisadi sabitliyin qorunmasına kömək edir. Eyni zamanda, turizm sektoru ixrac gəlirlərində artım və sabitlik təmin etmək potensialına malikdir. Neft, qaz və mineral resurslar kimi məhdud resurslardan fərqli olaraq, turizm davamlı və bərpa olunan iqtisadi resursdur.

Ölkəyə daxil olan turistlərin sərf etdiyi vəsait valyuta ehtiyatlarının artmasına, yerli sahibkarların gəlirlərinin yüksəlməsinə və dövlət büdcəsinə vergi gəlirlərinin artmasına səbəb olur. Turizmin başqa bir mühüm üstünlüyü daxili resurslar və cazibə mərkəzlərinə əsaslanmasıdır. Yəni, ölkənin təbii gözəllikləri, tarixi və mədəni abidələri, milli mətbəxi, folkloru və ənənələri turizm məhsulunun əsas komponentlərini təşkil edir. Bu, turizm sektorunun xarici bazarlardan asılılığını azaldır və davamlı inkişafını təmin edir. Həmçinin turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələr müxtəlif sektorlarda sıx integrasiya əlaqələrinə malikdir. Bu integrasiya müxtəlif sahələrdən daxilolmalar və xidmətlərin təmin edilməsini tələb edir və nəticədə bütün iqtisadi sektorların fəallaşmasına şərait yaradır (Bünyadov və Əliyeva, 2017).

Turizm sektoru həm də yüksək məşğulluq yaratma qabiliyyəti ilə seçilir. Turizm obyektlərinin, otellərin, restoranların, əyləncə mərkəzlərinin, muzeylərin və digər turizm infrastrukturunun istifadəyə verilməsi böyük işçi qüvvəsi tələb edir. Turizmin, xüsusilə regionlarda inkişafı əhalinin məşğulluq səviyyəsini artırır, işsizliyi azaldır və sosial rifahı yüksəldir.

Beynəlxalq Turizm Təşkilatının məlumatlarına görə, turizm sektorunda yaradılan hər bir iş yeri digər sahələrdə yeni iş yerlərinin yaranmasına səbəb olur. Bu səbəbdən son illərdə Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafına xüsusi diqqət yetirilmiş və dövlət proqramları, strateji yol xəritələri və investisiya layihələri vasitəsilə sektorun rəqabət qabiliyyətinin artırılması istiqamətində ciddi addımlar atılmışdır. Turizm sektorunun potensialından səmərəli istifadə etmək Azərbaycanın iqtisadiyyatının diversifikasiyası üçün əsas prioritetlərdən biri hesab olunur.

Buna görə də turizmin iqtisadi artıma təsirinin qiymətləndirilməsi və sektorun rəqabət üstünlüklərinin elmi əsaslandırılması mövzusu bu tədqiqat üçün xüsusilə əhəmiyyətlidir. Bu araşdırmanın məqsədi turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətinin Azərbaycanın iqtisadi artımına təsirini empirik şəkildə təhlil etmək, ARDL və ECM modelləri vasitəsilə uzunmüddətli və qısa müddətli əlaqələri müəyyənləşdirmək və eyni zamanda turizm inkişafının makroiqtisadi sabitlik və sosial rifah üzərindəki töhfələrini elmi şəkildə əsaslandırmaqdır (Fərzəliyeva, 2020).

Regional turizm inkişafına dair ədəbiyyatın təhlilindən məlum olur ki, bu sahədə əsas yanaşma ölkənin balanslı inkişafını təmin etməyə, rəqabət qabiliyyətini artırmağa və resurslardan səmərəli istifadə etməyə yönəlmişdir. Regional inkişaf strategiyası kimi qəbul edilən bu sektor inkişaf etməmiş və geridə qalmış bölgələrin inkişafına, iqtisadi yenidən qurulmaya və nəticədə iqtisadi artım və inkişafa töhfə verir. Məsələn, az inkişaf etmiş və ya inkişaf etməkdə olan sahil bölgələri üçün sahil turizminin (dəniz, günəş və qum) inkişafı məşğulluq, milli gəlir və nəticə etibarilə bölgənin iqtisadi artımı və inkişafı baxımından çox önəmlidir.

Turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatına töhfəsi (2025, WTTC).

Göstərici	Qiymət
<i>Turizmin ÜDM-ə töhfəsi</i>	~10,3 milyard ₼ (~8,2 % ÜDM)
<i>Turizm sahəsi ilə əlaqəli iş yerləri</i>	~472 000
<i>Beynəlxalq turist xərcləri</i>	~5,5 milyard ₼
<i>Daxili turist xərcləri</i>	~3,8 milyard ₼

Bir çox ölkənin zəif iqtisadi strukturları, maliyyə kapitalı kimi inkişaf resurslarının çatışmazlığı və bilik çatışmazlığı nəzərə alındıqda, turizmin iqtisadi əhəmiyyəti daha yaxşı başa düşülür.

Beləliklə, turizmin iqtisadi faydalarını iki fərqli səviyyədə araşdırmaq mümkündür: makro (regional) və mikro (yerli) səviyyə.

Makro səviyyəsindən baxıldıqda, turizm sektorundan əldə edilən gəlir və nəticədə yaranan valyuta axını ölkənin iqtisadi inkişafına və artım səylərinə müsbət təsir göstərir (Guliyev və Həsənov, 2021).

Mikro səviyyədə isə turizmin inkişafı turizm bölgələrində yeni iş yerlərinin yaradılması, gəlirlərin yenidən bölgüsü və regional inkişafın balanslaşdırılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Buna görə də turizmin regional inkişafdakı rolunu qiymətləndirərkən turizm sektorunun yalnız iqtisadiyyatın deyil, həm də sosial, mədəni və ekoloji strukturların inkişafına töhfə verdiyi aydın olur.

Lakin bu kontekstdə qeyd olunmalı bir digər məsələ odur ki, turizm yuxarıda qeyd edildiyi kimi, hər zaman milli iqtisadiyyatlara və regional inkişafı müsbət təsir göstərmir. Turizm potensialına malik inkişaf etməmiş və ya inkişaf etməkdə olan bölgələrdə turizmin inkişafı müəyyən çətinliklərə səbəb ola bilər. Turizmin mərhələli inkişafı həmçinin turizmdən əldə edilən faydaların zamanla azala biləcəyini və ya mənfi nəticələrə yol açma biləcəyini göstərir.

Bu problemlər idxal, regional inflyasiya, xarici işçi qüvvəsinin axını, ictimai xidmətlərin artması və xarici kapital və texnologiyanın mənfi təsirləri kimi məsələləri əhatə edə bilər. Buna görə də turizmin regional inkişaf üzərindəki mümkün iqtisadi təsirlərini araşdırmaq və bu məsələlərin

gələcəkdə empirik tədqiqatlar vasitəsilə doğruluğunu yoxlamaq turizm iqtisadiyyatı üçün çox vacib olacaqdır.

Turizm digər iqtisadi sahələrlə müqayisədə ölkənin az inkişaf etmiş və ya inkişafdan geri qalmış regionlarında iqtisadi inkişaf üçün daha effektiv alternativ imkanlar yaradır. Belə ərazilərdə kənd təsərrüfatı və ya heyvandarlıqla məşğul olan əhali turizm sektorunda çalışmaq və ya bu sahədən dolanışıq əldə etməklə gəlirlərini əhəmiyyətli dərəcədə artırma bilər. Bu isə aqroturizmin, ekoturizmin və icma əsaslı turizmin inkişafına töhfə verir (Günəş, 2022, s. 18).

Bundan əlavə, yerli icmaların turizm sektoruna cəlb edilməsi, kənd təsərrüfatı təcrübələrindən istifadə olunması, sənətkarlıq nümunələrinin nümayiş etdirilməsi, yerli dəstək məhsullarının turizm fəaliyyətinə inteqrasiyası və etnik icmaların mədəni irsinin ön plana çıxarılması ekoloji və mədəni turizmin inkişafına mühüm təsir göstərir. Bu cür regionlarda turizm sektorunun inkişafı yerli sənətkarlığın, suvenir istehsalının və əlaqədar xidmət sahələrinin genişlənməsinə səbəb olur, nəticədə yerli iqtisadi fəaliyyətlər stimullaşdırılır. Eyni zamanda bu proses regionun inkişafı üçün maliyyə mənbələri və təşviqlər yaradır, yerli əhali isə mehmanxana, yerli məhsul və xidmətlərin təklif edilməsi imkanları əldə edir.

Beləliklə, turizmlə bağlı fəaliyyətlərin yayılması və inkişafı regionun iqtisadiyyatına əhəmiyyətli töhfə verir. Az inkişaf etmiş regionlarda turizmin populyarlaşması və genişlənməsi yerli əhaliyə daha inkişaf etmiş regionlarla müqayisədə daha yüksək gəlir əldə etmək imkanı yaradır. Turizm sektoru eyni zamanda regionlar arasında iqtisadi və sosial inkişaf fərqlərinin azaldılmasına xidmət edir.

Kənd təsərrüfatı və sənaye baxımından kifayət qədər resurs və inkişaf imkanlarına malik olmayan, lakin zəngin turizm potensialına sahib olan regionlar planlı və səmərəli turizm siyasəti sayəsində balanslaşdırılmış inkişafa nail ola bilirlər. Bu yolla region iqtisadiyyatları beynəlxalq turizm gəlirlərindən pay əldə edir. Turizm siyasəti təkbəşinə iqtisadi inkişafın, xüsusilə də xarici valyuta gəlirlərinin tam təmin olunması üçün kifayət olmasa da, inkişafın sürətləndirilməsi və tamamlayıcı iqtisadi təsirlərin yaradılması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Turizmin regionlararası inkişaf fərqlərinin aradan qaldırılmasına verdiyi mühüm töhfələrdən biri də mikro-maliyyə mexanizmləri ilə bağlıdır. Mikro-maliyyə, xüsusilə sosial kapitalın səfərbər edilməsi baxımından inkişaf prosesində əsas rol oynayır. Kiçik həcmli maliyyə resurslarına çıxış az inkişaf etmiş regionlarda yaşayan fərdlərə və kiçik sahibkarlara turizmlə bağlı fəaliyyətlərə investisiya qoymaq, yeni gəlir mənbələri yaratmaq və yerli iqtisadi strukturları gücləndirmək imkanı verir.

Sosial kapital iqtisadi nəzəriyyədə nisbətən yeni anlayış olmaqla, sosial münasibətlərin iqtisadi fəaliyyətlərə təsirini ön plana çıxarır. Fiziki və insan kapitalı ilə müqayisədə daha abstrakt xarakter daşıyan sosial kapital etimad, əməkdaşlıq və sosial qarşılıqlı əlaqələrlə sıx bağlıdır. Bu anlayış fərdlərin və qrupların qarşılıqlı etimada və ümumi norma və dəyərlərə əsaslanaraq birgə və səmərəli fəaliyyət göstərmək qabiliyyətini ifadə edir. Geniş mənada sosial kapital cəmiyyətdə məhsuldarlığı artıran etimad münasibətlərini, sosial normaları və əməkdaşlığı təmin edən kommunikasiya şəbəkələrini əhatə edir.

İqtisadi baxımdan sosial kapital fərdlər, icmalar və institutlar arasında etimada, səmərəliliyə və məhsuldar əməkdaşlığa əsaslanan münasibətlərin keyfiyyətini əks etdirir. Maddi resurslardan fərqli olaraq sosial münasibətlərdə formalaşdığı üçün sosial kapital digər kapital növləri ilə müqayisədə daha az nəzərə çarpır. Lakin buna baxmayaraq, davamlı iqtisadi inkişafın təmin olunmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Turizm sahəsində güclü sosial kapital yerli icmaların əməkdaşlıq etməsinə, xidmətləri təşkil etməsinə, mədəni irsi qorumasına və turizm fəaliyyətlərindən kollektiv şəkildə faydalanmasına şərait yaradır (Guliyev və Həsənov, 2021).

Azərbaycanda dövlətin turizm siyasəti regionların potensialından səmərəli istifadə edilməsinə, əhalinin gəlir və məşğulluq səviyyəsinin artırılmasına, investisiya təşviqinin gücləndirilməsinə və bu sahədə sahibkarlıq subyektlərinin fəallığının yüksəldilməsinə yönəlmişdir. Turizm sektoru ölkədə regional inkişafın və iqtisadi şaxələndirmənin əsas alətlərindən biri kimi qiymətləndirilir, xüsusilə də neft sektorundan asılılığın azaldılması kontekstində.

Ölkədə turizmin inkişafına yönəlmiş bir sıra dövlət proqramlarının, strateji yol xəritələrinin və normativ sənədlərin qəbulu bu sahədə irəliləyişləri əhəmiyyətli dərəcədə sürətləndirmişdir. Vergi güzəştləri, investisiya təşviqi mexanizmləri və kiçik və orta sahibkarlar üçün nəzərdə tutulmuş dəstək proqramları turizm fəaliyyətləri üçün əlverişli mühit formalaşdırmışdır. Bu təşəbbüslər yerli sahibkarlığın inkişafını stimullaşdırmış, maliyyəyə çıxışı asanlaşdırmış və mikro-maliyyənin kiçikmiqyaslı turizm müəssisələrinin dəstəklənməsində rolunu gücləndirmişdir (Şıxlinski, 2019).

İqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və qeyri-neft sektorunun inkişafı məqsədilə hökumət turizmin inkişafına dair bir sıra kompleks proqramlar hazırlamış və hazırda da icra etməkdədir. Bu prosesdə mühüm mərhələlərdən biri 1999-cu ildə “Turizm haqqında” Qanunun qəbul edilməsi olmuşdur. Həmin qanun infrastrukturun inkişafına, turizm şirkətlərinin yaradılmasına və regionların rekreasiya resurslarının turizm dövryyəsinə cəlb olunmasına güclü təkan vermişdir. Ümumilikdə, turizm təkbaşına bütün inkişaf problemlərini həll etməsə də, mikro-maliyyə, sosial kapital və dəstəkləyici dövlət siyasətləri ilə qarşılıqlı əlaqədə regional balansın təmin olunması və inklüziv iqtisadi artımın təşviqi baxımından güclü alət kimi çıxış edir.

Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 27 avqust 2002-ci il tarixli, 1029 nömrəli Fərmanı ilə “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair 2002–2005-ci illər üçün Dövlət Proqramı” təsdiq edilmiş və ölkədə turizm potensialından səmərəli istifadə üçün institusional və təşkilati əsaslar yaradılmışdır. Bu proqram turizmin sistemli inkişafı üçün mühüm başlanğıc mərhələ olmuş, sonrakı illərdə qəbul edilən “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair 2010–2014-cü illər üçün Dövlət Proqramı”, “Azərbaycan Respublikasında kurortların inkişafına dair 2009–2018-ci illər üçün Dövlət Proqramı” və “Turizmin sənaye inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi” ilə tamamlanmışdır. Sözügedən strateji sənədlər turizmin ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsini və onun davamlı iqtisadi artıma töhfəsinin artırılmasını hədəfləyir (Mammadov, 2018).

Eyni zamanda Azərbaycanın turizm imicinin həm daxili, həm də beynəlxalq səviyyədə təşviqi istiqamətində mühüm addımlar atılmışdır. 2018-ci ildə Dövlət Turizm Agentliyi (DTA) tərəfindən “Take another look” (“Bir də bax”) şüarı altında yeni milli turizm brendi təqdim edilmişdir. Bu çərçivədə ölkənin müxtəlif regionlarında mədəni, əyləncə və tematik tədbirlər təşkil olunmuşdur. Bunlara Gədəbəydə keçirilən Milli Bahar Festivalı, Xınalıq Dövlət Tarix-Memarlıq və Etnoqrafiya Qoruğunda “Dağların başı” layihəsi çərçivəsində təşkil edilən musiqi festivalı, Şamaxıda keçirilən I Azərbaycan Üzüm və Şərab Festivalı, həmçinin “Əli və Nino” və “Azərbaycanda polyak izləri” kimi mədəni turizm marşrutlarının təqdimatı daxildir. Bu təşəbbüslər ölkənin zəngin mədəni irsinin, tarixi dəyərlərinin və regional turizm potensialının tanınılmasında mühüm rol oynamışdır (Nəsirova, 2018).

Ən çox turist gələn ölkələr (2025).

Sıra	Ölkə	Turist payı (%)
1	Rusiya	24 %
2	Türkiyə	17 %
3	İran	8 %
4	Hindistan	6 %
5	Gürcüstan	4 %

Bununla yanaşı, Azərbaycan beynəlxalq turizm platformalarında da fəal şəkildə təmsil olunmuşdur. Beynəlxalq Turizm Film Festivalları Komitəsinin (CIFFT) təşkil etdiyi müsabiqənin onlayn səsverməsində Azərbaycan turizm brendinin təqdimatı, eləcə də xarici ölkələrdə rəsmi turizm nümayəndəliklərinin açılması ölkənin qlobal turizm bazarında tanınmasını gücləndirmişdir. Hazırda Azərbaycanın rəsmi turizm ofisləri Almaniya, Rusiya, Çin, Hindistan, Qazaxıstan, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Ukraynada fəaliyyət göstərir. Gələcəkdə bu cür ofislərin Türkiyə, Böyük Britaniya, Pakistan, Cənubi Koreya, Səudiyyə Ərəbistanı, Misir və Özbəkistanda açılması turist axınının artırılması və bazarların şaxələndirilməsi baxımından geniş imkanlar yaradacaqdır (Rəhimov, 2020).

Dövlətin maliyyə və institusional dəstəyi də turizmin inkişafında mühüm yer tutur. Bu dəstək, əsasən, Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi (KOBİA) vasitəsilə həyata keçirilir. Agentlik turizm layihələrinin maliyyələşdirilməsi, məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi və bu sahədə mövcud beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi istiqamətində fəaliyyət göstərir. KOBİA-nın turizm sahəsində əsas dəstək istiqamətlərindən biri icma əsaslı və aqroturizm təsərrüfatlarının inkişafına yardım göstərilməsidir. Hazırda ölkə üzrə 30-dan artıq belə təsərrüfat KOBİA tərəfindən maliyyə dəstəyi ilə təmin olunmuşdur ki, bu da regionlarda sahibkarlığın inkişafına, məşğulluğun artırılmasına və turizm məhsullarının şaxələndirilməsinə töhfə verir (Piriyev, 2021).

Bu müəssisələr öz layihələrini təqdim etməklə Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi (KOBİA) tərəfindən güzəştli maliyyə dəstəyi, məsləhət xidmətləri və institusional dəstək mexanizmlərindən yararlanırlar. Bu cür dəstək alətləri sahibkarların risklərini azaltmaqla yanaşı, yeni turizm məhsullarının formalaşdırılmasına, xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsinə və regionlarda dayanıqlı biznes modellərinin qurulmasına şərait yaradır.

Ölkəmizdə son illərdə həyata keçirilən genişmiqyaslı struktur və iqtisadi islahatlar digər sahələrdə olduğu kimi, turizm sektorunun inkişafına da ciddi təsir göstərmişdir. İdarəetmənin təkmilləşdirilməsi, normativ-hüquqi bazanın yenilənməsi, investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması və sahibkarlığın təşviqi turizmin iqtisadiyyatda rolunu əhəmiyyətli dərəcədə artırmışdır. Nəticədə turizm təkcə xidmət sahəsi kimi deyil, həm də regionların sosial-iqtisadi inkişafına töhfə verən strateji sektor kimi formalaşmışdır. Bu proses ölkəmizin turizm sektorunun inkişaf modeli və əldə etdiyi nəticələr baxımından qabaqcıl ölkələr sırasında yer almasına imkan yaratmışdır.

Turizm sektorunda beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyin yüksəldilməsi istiqamətində əldə olunan nailiyyətlər də xüsusi qeyd olunmalıdır. Qlobal reytinglərə əsasən, ölkəmizin 148 ölkə arasında 39-cu yerə yüksəlməsi turizm infrastrukturunun, xidmətlərin keyfiyyətinin, təhlükəsizlik səviyyəsinin və marketinq fəaliyyətlərinin inkişafının göstəricisidir. 2019-cu ilə aid statistik məlumatların təhlili göstərir ki, həmin il ərzində ölkəmiz təxminən 3,17 milyon xarici ziyarətçi qəbul etmiş, xarici turistlərin turizm məqsədli xərclərinin həcmi isə 2,97 milyard manata yaxın olmuşdur. Bu göstəricilər turizmin valyuta daxilolmaları, məşğulluğun artırılması və əlaqəli sahələrin inkişafı baxımından iqtisadi əhəmiyyətini bir daha təsdiq edir (Hüseynov, 2021).

Nəticə

Görülən bütün bu tədbirlərin məntiqi nəticəsi olaraq, ölkə iqtisadiyyatı, xüsusilə də turizm sektoru həm yerli, həm də xarici investorlar üçün daha cəlbedici olmuşdur. Turizm sahəsində investisiya imkanlarının genişlənməsi yeni mehmanxanaların, istirahət mərkəzlərinin, əyləncə və xidmət obyektlərinin yaradılmasına təkan vermişdir. Eyni zamanda, son illərdə Dövlət İnvestisiya Proqramı çərçivəsində həyata keçirilən iri infrastruktur layihələri, xüsusilə regionlarda yol-nəqliyyat şəbəkəsinin, kommunal xidmətlərin və sosial infrastrukturun yaxşılaşdırılması turizm potensialının reallaşdırılmasına mühüm töhfə vermişdir. Bu layihələr sektorun ümumi cəlbediciliyini artırmaqla özəl biznesin turizm sahəsinə marağını gücləndirmiş, regionlarda iqtisadi fəallığın və məşğulluğun artmasına şərait yaratmışdır.

Ədəbiyyat

1. Bünyadov, Z., & Əliyeva, L. (2017). *Azərbaycan turizm bazarının inkişafı: Strateji yanaşmalar*. Universitet Nəşriyyatı.
2. Əhmədov, H. (2019). *Azərbaycanın turizm sektoru: inkişafı və rəqabət qabiliyyəti*. Elmlər Akademiyası Nəşriyyatı.
3. Əlizadə, R. (2020). *Azərbaycanın turizm potensialı və inkişafı: Yeni yanaşmalar və təhlillər*. İqtisadiyyat və İnkişaf Nəşriyyatı.
4. Fərzəliyeva, S. (2020). *Azərbaycanın turizm sektorunda rəqabət üstünlüklərinin yaradılması*. Şərq Nəşriyyatı.

5. Guliyev, S., & Həsənov, A. (2021). *Regional turizmin inkişafı və Azərbaycan iqtisadiyyatı*. İqtisadiyyat Nazirliyi.
6. Günəş, N. (2022). *Turizm sektoru və rəqabət qabiliyyətinin artırılması metodları: Azərbaycan nümunəsi*. Gənclər Nəşriyyatı.
7. Hüseynov, F. (2021). *Turizm sənayesində rəqabət və strateji idarəetmə: Azərbaycan konteksti*. İdarəetmə və Təhsil Nəşriyyatı.
8. Mammadov, E. (2018). *Turizm və iqtisadiyyat: nəzəri-metodoloji yanaşmalar*. Elm və Təhsil Nəşriyyatı.
9. Nəsirova, F. (2018). *Rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi və turizm iqtisadiyyatı*. BDU Nəşriyyatı.
10. Piriye, T. (2021). *Turizmin iqtisadi aspektləri və Azərbaycan bazarında rəqabət mühiti*. İqtisadiyyat və İdarəetmə Nəşriyyatı.
11. Rəhimov, M. (2020). *Azərbaycan turizm bazarının analizi: Mövcud vəziyyət və inkişaf perspektivləri*. İqtisadiyyat Universitetinin Nəşriyyatı.
12. Şıxlinski, N. (2019). *Turizm bazarında rəqabət və innovasiya strategiyaları*. Baku Business University Press.

Daxil oldu: 16.08.2025

Qəbul edildi: 22.12.2025